

## **ФОРМИРОВАНИЕ ИНФОРМАЦИОННО- КОММУНИКАЦИОННОЙ КУЛЬТУРЫ В СОВРЕМЕННОЙ ЦИФРОВОЙ СРЕДЕ**

**Л. Г. Скульмовская**

Тюменский государственный институт культуры  
Тюмень, Россия

**Л. Ю. Антонова**

Тюменский государственный институт культуры  
Тюмень, Россия

**О. С. Кудинова**

Тюменский государственный университет  
Тюмень, Россия

**Аннотация:** Целью исследования является изучение проблем формирования информационно-коммуникационной культуры в современной цифровой среде. В контексте концепции информационного общества рассматриваются особенности различных типов культуры, функционирующих в современной цифровой среде: информационная, электронная, экранная, интернет-культура, выявляются их общие черты и отличительные особенности. Информационная культура представляет собой тип культуры, включающий систему взглядов, этических установок, правил и норм, основой которого является информация как ценность, а материальными носителями — средства передачи (печать, радио, телефония, телевидение и Интернет). В качестве синонима термина «информационная культура» часто используется понятие «электронная культура», основополагающей чертой которой выступают виртуальные электронные площадки, транслирующие достижения культуры. Экранная культура рассматривается как некий продукт информационной эпохи, сформировавшийся в момент столкновения человека с экранными средствами отображения информации и неразрывно связанный с техническим прогрессом. Интернет-культуру можно выделить в отдельный тип культуры, включающий в себя использование возможностей Сети как площадки для реализации потребностей общения и самовыражения, развития творческого начала через создание, использование, трансформацию виртуальных объектов, зачастую аналогичных реально существующим, но имеющих особый, присущий только им вид. В работе определены компоненты информационной культуры, проанализированы ее трактовки в рамках культурологического, информационного,

деятельностного и личностного подходов. В изучении электронной, экранной и интернет-культуры также существует несколько научных подходов: культурологический, филологический, философский, психологический. Указывается, что на данном этапе развития общества происходит становление нового социального типа человека («информационного») и характера общественных отношений. Феномен информационно-коммуникационной культуры рассмотрен в качестве компонента информационного общества, ее формирование в условиях цифровой среды анализируется на примере сферы образования и культуры.

**Ключевые слова:** информационное общество, информационно-коммуникационная культура, цифровые технологии.

**Для цитирования:** *Скульмовская Л. Г., Антонова Л. Ю., Кудинова О. С.* Формирование информационно-коммуникационной культуры в современной цифровой среде // Koinon. 2021. Т. 2. № 2. С. 69–83. DOI: 10.15826/koinon.2021.02.2.016

## BUILDING AN INFORMATION AND COMMUNICATION CULTURE IN THE MODERN DIGITAL ENVIRONMENT

**L. G. Skulmovskaya**

Tyumen State Institute of Culture  
Tyumen, Russia

**L. Yu. Antonova**

Tyumen State Institute of Culture  
Tyumen, Russia

**O. S. Kudinova**

Tyumen State University  
Tyumen, Russia

**Abstract:** The study explores the problems of forming an information and communication culture in a modern digital environment. In the context of the concept of the information society, the paper considers the characteristics of various types of culture functioning in the contemporary digital environment: information, electronic, screen, Internet culture. It also reveals their typical features and distinctive features. Information culture is a type of culture that includes a system of views, ethical attitudes, rules and norms, based on information as value, and material media — means of transmission (press, radio, telephony, television and the Internet). As a synonym to “information culture,” the concept of “electronic culture” is often used. Its fundamental feature is virtual electronic platforms broadcasting

cultural achievements. Screen culture is considered a kind of product of the information era, formed during the collision of a person with screen display media and inseparably associated with technological progress. Internet culture can become a particular type of culture, which includes the use of the Web as a platform for realizing the needs of communication and self-expression, developing creativity through the creation, use, transformation of virtual objects, often similar to real ones, but with a special, unique appearance. The work identified components of information culture, analyzed its interpretations within the framework of cultural, information, activity and personal approaches. In the study of electronic, screen and Internet culture, there are also several scientific approaches: cultural, philological, philosophical, psychological. The authors indicate that at this stage of the development of society, there is a formation of a new social type of person ("information") and the nature of social relations. The authors considered the phenomenon of information and communication culture as a component of the information society and examined its formation in the digital environment using areas of education and culture as an example.

**Keywords:** information society, information and communication culture, digital technologies, digital society.

**For citation:** Skulmovskaya, L. G., Antonova, L. Yu. and Kudinova, O. S. (2021), "Building an Information and Communication Culture in the Modern Digital Environment", *Koinon*, vol. 2, no. 2, pp. 69–83 (in Russian). DOI: 10.15826/koinon.2021.02.2.016

## Введение

Процесс создания, использования и распределения знаний в современном постиндустриальном обществе значительно ускорился благодаря активному развитию новых информационных технологий. Основной особенностью постиндустриального общества, по мнению Л. Г. Ионина, является «кодификация теоретических знаний и новое отношение науки к технологиям» [Ионин 2007]. Следовательно, важно рассмотреть понятия постиндустриального и информационного общества, компонентом которого является информационно-коммуникационная культура личности.

Термин «информационное общество» был введен в 60-х гг. XX в. американским экономистом Ф. Махлупом и японскими исследователями Т. Умесао и Ю. Хаяши. На протяжении времени его существования предлагалось множество названий и определений этого типа общества (к примеру, Ж. Фурастье применил термин «общество услуг», З. Бжезинский — «технотронное общество», Е. Масуда — «информационное общество»). Концепция информационного общества представляет собой разновидность теории постиндустриального общества. Начиная с конца XX в. данный термин получил широкое употребление в научной литературе, и каждый автор придает постиндустриальному

обществу свои характерные черты. Д. Белл, в частности, считает, что информационное общество обладает всеми характеристиками постиндустриального общества, и в качестве основных его черт выделяет следующие [Белл 2004]:

- переход к производству услуг в образовании и исследованиях;
- увеличение в структуре населения интеллигенции, профессионалов и «технического класса»;
- теоретическое знание занимает центральное место в науке;
- соединение науки, техники и технологии;
- центральной фигурой в обществе является ученый;
- наличие новой элиты, основанной на квалификации.

Можно утверждать, что не менее значимой была теория А. Турена как активного сторонника концепции постиндустриального общества, определяемого им социальными и культурными, а не экономическими факторами [Турен 1998]. Социологические взгляды Э. Тоффлера практически не отличались от концепций Д. Белла и З. Бжезинского, которые первостепенное значение уделяли развитию техники и ее роли в преобразовании социокультурных процессов в обществе. По мнению Э. Тоффлера, период, охватывающий конец XX — начало XXI в., должен стать «эпохой утверждения новых технологий в сфере производства, быта, общественной организации, политики, общения и культуры» [Тоффлер 2009]. Р. Дарендорф рассматривал теорию социальной стратификации постиндустриального общества как важнейшая часть общей теории конфликта, а современный конфликт — как конфликт между ресурсами и притязаниями [Дарендорф 1994]. Ф. Уэбстер подверг критическому анализу теории информационного общества Д. Белла, М. Кастельса, Г. Шиллера, Ю. Хабермаса, Э. Гидденса, Ж. Бодрийера, З. Баумана и др., считающиеся обоснованием глобальной «информационной» экономики [Уэбстер 2004]. И хотя дискуссии продолжаются до сих пор, тем не менее можно определить то общее, что объединяет все существующие концепции информационного общества, — это его неразрывная связь с информационной культурой.

Отличительными характеристиками информационного общества, согласно выводам И. А. Журавлевой, являются [Журавлева 2016]:

- распространение качественных источников информации и их свободный доступ;
- высокий уровень автоматизации и роботизации;
- увеличение роли «информации» в виде патентов, научных знаний, дизайна и маркетинга;
- возрастание ценности времени;
- возрастание ценности досуга, поскольку четкие границы «рабочего времени» исчезают.

Эти характеристики могут быть продолжены, так как в последние годы происходят значительные изменения в современном обществе и поведении

населения, к примеру увеличение доли дистанционного обучения. Удовлетворение информационных потребностей населения, формирование единой информационной среды определяют новую культуру общества и каждого человека. Интернет становится неотъемлемой частью жизни, представители разных социальных групп уже давно стали заменять просмотр телевидения нахождением в Сети. В этой связи актуальным становится вопрос о том, насколько усилилась вовлеченность потребителя в информационный продукт и трансформировалась экранная культура в условиях увеличения времени нахождения в Сети.

За последние десятилетия сформировался терминологический аппарат, связанный с осмыслением современных культурных феноменов, таких как «информационная культура», «электронная культура», «интернет-культура», «экранная культура». Зачастую они употребляются как однопорядковые. Понятийный аппарат был сформирован в условиях усилившегося исследовательского внимания к роли информации в социокультурных процессах, приобщения массовой аудитории к информационным продуктам средств массовой информации и механизмам информационного обмена, которые напрямую были связаны с внедрением в жизнь научных достижений в области телекоммуникаций. При ознакомлении с публикациями многих авторов становится понятно, что они иногда подменяют одно понятие другим, не вдаваясь в особенности дефиниции.

В энциклопедии «Культурология. XX век» указывается, что термин «информационная культура» используется в двух основных значениях: во-первых, как совокупность норм, правил и стереотипов поведения, связанных с информационным обменом в обществе; во-вторых, как понятие, характеризующее культуру с точки зрения кумулируемой, обрабатываемой и транслируемой в ее рамках информации [Информационная культура 1998]. В обыденной жизни информационная культура иногда ограничивается системой знаний в области информационных процессов и технологий и зачастую сводится к навыкам работы с компьютером и умением ориентироваться в потоках информации. А. В. Уразова рассматривает информационную культуру как определенный свод правил поведения в инфокоммуникационной среде в контексте общечеловеческой культуры [Уразова 2010]. Характеризуя информационную культуру человека, К. А. Зайкина и Л. Н. Шаймухаметова выделяют следующие критерии [Зайкина, Шаймухаметова 2015]:

- умение грамотно формулировать свою потребность в информации;
- умение эффективно осуществлять поиск необходимой информации во всей совокупности информационных ресурсов;
- умение перерабатывать информацию и создавать качественно новую;
- умение адекватно отбирать и использовать информацию;
- способность к информационному общению, знание норм «информационной этики»;
- компьютерную грамотность.

Перечисленные критерии позволяют говорить о многоаспектности данного понятия. В определениях информационной культуры большое значение отводится психологическим показателям развития личности, без которых невозможна успешная жизнедеятельность в современном информационном обществе.

### **Методология и методы**

При исследовании информационной культуры могут быть применены методы теории информации в рамках культурологического анализа на любом уровне, а также методы антропологии (в частности, кумуляционные процессы изучаются при помощи семиотических и антропологических методов; процессы обработки позволяют изучить структурный и функциональный анализ; трансляцию — методы теории коммуникации). Применение квантификационных методов (методы математической статистики) возможно при проведении социологического опроса, хотя в процессе квантификации и измерения можно получить неадекватные результаты.

При изучении проблем информационно-коммуникационной культуры выделяют четыре основных подхода — культурологический, информационный, деятельностный и личностный. В рамках культурологического подхода информационно-коммуникационная культура рассматривается как способ жизнедеятельности человека в информационном обществе, как составляющая процесса формирования культуры. При информационном подходе изучается совокупность знаний, умений и навыков поиска, отбора, анализа информации, поэтому, на наш взгляд, информационную культуру личности следует изучать в контексте формирования компетенций по самостоятельному приобретению профессиональных знаний (профессиональных компетенций), востребованных на данном уровне развития общества. Если говорить о системе образования, то здесь уместен компетентностный подход.

С позиции деятельностного подхода изучается культурный уровень личности как параметрическое понятие, определяемое, наряду с другими параметрами (политические, экономические, технические, коммуникационные и другие знания и навыки), информационной культурой. Здесь речь идет о степени владения общекультурными компетенциями, которые можно измерить при помощи количественных методов социологии. Известно, что любая деятельность носит личностный характер, в том числе и деятельность, связанная с информацией, поэтому информационно-коммуникационную культуру личности рассматривают сквозь призму личностного подхода. В условиях информационного общества личностное и деятельностное начала взаимообогатывают и взаимообуславливают друг друга.

В изучении электронной, экранной и интернет-культуры также существует несколько научных подходов:

— культурологический, позволяющий выявить систему ценностей, знаков, символов и этических норм;

— филологический, рассматривающий коммуникативные возможности Сети, информационные потоки и трансформацию языка в условиях виртуальной реальности и быстроты передачи информации;

— философский, исследующий феномен данных видов культуры и их влияние на мироощущение современного человека;

— психологический, концентрирующий внимание на процессе взаимодействия людей, особенностях их поведения в Сети.

Все перечисленные методы свидетельствуют о том, что в процессе изучения информационной культуры могут быть применены методы различных наук (теоретические, общелогические, эмпирические).

### **Результаты и обсуждение**

Рассмотрим более подробно термины «электронная культура», «интернет-культура», «экранная культура», их основные отличия и особенности. В качестве синонима термина «информационная культура» часто используется понятие «электронная культура», основополагающей чертой которой выступают виртуальные электронные площадки, транслирующие достижения культуры: электронные библиотеки, выставки, электронная музыка и др. Переформатированное искусство, интерактивное совместное творчество и электронные версии объектов культурного наследия характеризуют этот тип культуры.

К интернет-культуре можно отнести электронные артефакты, и ее можно выделить в отдельный тип культуры, включающий использование возможностей Сети как площадки для реализации потребностей общения и самовыражения, развития творческого начала через создание, использование, трансформацию виртуальных объектов, зачастую аналогичных реально существующим, но имеющих особый, присущий только им вид. К примеру, интернет-библиотеки, социальные сообщества, магазины. Материальным носителем интернет-культуры является экран в виде монитора стационарного компьютера или ноутбука, планшета, телефона. Однако интернет-культура интерактивна и меняется под прямым, а не опосредованным воздействием пользователей Сети. Она имеет яркие отличительные черты, которые позволяют отделить понятие «интернет-культура» от термина «экранная культура».

Различные определения понятия «интернет-культура» приводят к пониманию, что еще одной чертой, отличающей ее от экранной культуры, является отсутствие единых ценностей и норм, невозможность или сложность контроля со стороны внешней среды. Первое объясняется тем, что в Сети



зачастую не сформированы единые, целостные социальные группы, обладающие схожими принципами поведения и идеологическими ценностями. Второе является результатом структурных особенностей функционирования Сети. Сегодня уже можно с уверенностью утверждать, что Интернет с его возможностями способен вытеснить другие источники информации. Однако наряду с позитивными характеристиками электронной культуры исследователи выделяют негативное влияние составляющих ее элементов, например влияние Интернета на мораль.

Изучение данного направления получило ускорение в середине XX в., когда были созданы основополагающие теории об информационном обществе. Экранная культура стала рассматриваться как некий продукт информационной эпохи, сформировавшийся в момент столкновения человека с экранными средствами отображения информации и неразделимо связанный с техническим прогрессом. Можно сказать, что в основе экранной культуры лежит объединение интеллектуальных возможностей человека с техническими средствами. Основным материальным носителем культуры в этом типе является экран, а содержание включает в себя разнообразные формы изображения и речи. Экранный тип культуры, по мнению ряда исследователей, нарушает гармонию эмоциональной и рациональной сфер человека.

На взгляд Д. Д. Каллимулина, визуализация и конкретность мышления не способствуют нравственной рефлексии, создают благоприятную почву для широкого распространения идей аморализма [Каллимулин 2015]. Разработка предложений по смягчению ожидаемых негативных явлений видится в определении критериев интегрированности в информационном обществе, оценке текущих воздействий информатизации на жизнь общества, а также в грамотной работе по формированию информационно-коммуникационной культуры населения. Для того чтобы сформировать информационную культуру общества и каждого человека, соответствующую современному уровню развития техники и информационных технологий, необходим целый комплекс мероприятий, затрагивающий все звенья социальной и культурной системы.

Под влиянием информатизации, по мнению В. М. Адрова, формируется новая культура (субкультура), значительно отличающаяся от существовавшей ранее. В этих условиях информация становится практически главной культурной ценностью, формируется новый тип человека — человек «информационный» [Адров 2008]. Такой человек владеет всеми информационными системами, испытывает постоянную потребность в информации и везде погружен в информационное поле: на работе, в общении, творчестве, на досуге и т. д. Различия между «информационным человеком» и «традиционным» строятся на межпоколенческом подходе (так как это, как правило, молодые люди), и трансляция культуры от поколения к поколению становится главным содержанием и смыслом системы образования.



Характерными чертами процесса информатизации современного общества выступают непрерывное техническое самосовершенствование всех информационных систем (компьютеризация, развитие теле- и видеосетей, радиовещание, тотальная мобильная телефонная связь и др.) и их сетевой характер. Сетевой принцип организации любой деятельности — характерная черта, имеющая особое значение для современного человека. В этих условиях формируется принципиально новая технология образования, предполагающая самостоятельный выбор обучающимся траектории обучения. При трансляции культуры от поколения к поколению усиливается роль субъективного фактора, меняется роль педагога, он становится тьютором (руководителем и консультантом). Особенно важен вопрос формирования информационно-коммуникационной культуры подростков, являющихся представителями цифрового поколения, так как современные подростки родились и живут в информационном обществе.

В современных условиях новая образовательная среда требует пристального внимания со стороны специалистов различных научных направлений. Причиной, порождающей потребность в изучении особенностей системы образования, выступает целый комплекс проблем, который фиксируется социологами, психологами, культурологами, экономистами и др. Новая социальная реальность потребовала переориентации образования, смены его целей, поскольку модель образования в России была явно рассчитана на решение задач индустриального общества. С появлением новых экономических, социальных и политических реалий возникла потребность в инновационной и модернизационной модели образования, ориентированной на информационное общество. По мнению Г. Е. Зборовского, понадобилось осмысление новых целей образования и новых средств их достижения в виде его инновационной модели в постиндустриальном обществе [Зборовский 2013].

Сейчас уже можно утверждать, что в системе образования накоплен значительный практический опыт применения автоматизированных систем управления различными технологическими процессами. В образовательной деятельности управление учебным процессом с применением системы информатизации является необходимым и обязательным, поэтому проводится массовое внедрение в практику автоматизированных систем, возможности которых позволяют реализовать значительную часть работы по формированию требуемых профессиональных компетенций обучающихся и обеспечить персональный характер занятия на основе подбора нужных модулей с учетом степени подготовки обучаемого. По справедливому утверждению Г. Ф. Шафранова-Куцева, для современного общества, кроме ускорения темпов развития технологий, характерно ускорение морального устаревания значительной части информации; к примеру, для выпускников вузов XXI в. устаревание знаний наступает через два-три года [Шафранов-Куцев 2012]. По этой причине стилем жизни современного человека становится непрерывное образование

и самообразование, повышение уровня своих знаний и компетенций. В условиях динамично меняющейся социально-экономической ситуации в России обществу необходимы специалисты, обладающие адаптивной гибкостью. В связи с этим перед системой образования стоят две противоположные задачи: удовлетворить социальный заказ на качество специалиста как компетентной, инициативной, социально адаптированной личности, обладающей ответственностью и гражданской позицией, с одной стороны, а с другой — сохранить и развить ее уникальность, сформировать стремление и способность к саморазвитию.

В современных условиях сетизация образования позволяет выстраивать образовательные структуры, реализовывать индивидуальные образовательные траектории при переходе к гибким схемам, основанным на новых подходах. В частности, в 2021 г. новую образовательную программу магистратуры вводит Институт экономики и управления Уральского федерального университета, ее основной особенностью является полноценный онлайн-формат обучения, реализуемый впервые. Весь процесс общения со студентами будет организован с помощью цифровых сервисов, что вполне удобно для специалистов из других городов, желающих обучаться без отрыва от работы. Программа ориентирована на генерацию идей проектов в сфере управления развитием территорий, а обучение включает научный подход и практические инструменты цифровой трансформации бизнеса и управления на основе данных [ТАСС 2021].

Использование цифровых технологий для продвижения услуг культурно-досуговых учреждений может значительно повысить эффективность PR-коммуникаций и конкурентоспособность учреждения на рынке. Для этого необходимо грамотно использовать инструменты рекламы и PR-коммуникации с учетом особенностей целевой аудитории и повышения качества предоставляемых услуг. Благодаря наилучшему качеству предлагаемой услуги и лучшей организации ее продвижения появляется конкурентное преимущество, что, в свою очередь, способствует общему продвижению и увеличению числа лояльных потребителей услуг учреждения. Но в то же время можно утверждать, что в учреждениях социально-культурного профиля такого опыта пока недостаточно, они только входят в систему информатизации.

Информационные технологии оказывают влияние на изменение различных сторон управления учреждением культуры, на условия достижения лучших результатов в области качества предоставляемых услуг. Информационное общество предъявляет новые требования к формированию информационно-коммуникационных ресурсов социальной сферы, в том числе и культурной среды, считая культурное достояние одним из основных составляющих человеческого развития. В области культуры главная цель процесса построения информационного общества включает обеспечение конституционного права

каждого гражданина на равноправный и свободный доступ к информации, к информационным ресурсам учреждений культуры; сохранение культурного наследия; формирование активной государственной политики для укрепления нравственных и патриотических принципов в общественном сознании.

Доступность, открытость, привлекательность для мировой общественности любого региона России зависит от множества факторов, но важным аспектом является то, какой гранью региональная культура представлена в мировом пространстве. Информатизация, применение информационных технологий, размещение информации в сети Интернет дает новые возможности для оперативного, свободного доступа личности не только к национальным, мировым, но и к региональным культурным ценностям. Развитие в информационном обществе требует, кроме информатизации деятельности отдельных учреждений культуры, решения вопросов интеграции информационных ресурсов и предоставления доступа к объединенным медийным источникам.

Для анализа и примера можно рассмотреть основные задачи, которые поставлены в региональной культурной политике Тюменской области, где обозначено, что к 2024 г. должно быть увеличено не только количество посещений учреждений культуры, но и количество обращений об информации о культуре к цифровым ресурсам более чем в 5 раз. Поставленные задачи предполагают, что деятельность учреждений культуры должна быть направлена на информатизацию, развитие системы информационных, коммуникационных технологий с применением современных систем цифровизации. Также предполагается, что в целях выполнения Национального проекта «Культура» региональные учреждения культуры и искусства должны включить в свои перспективные, текущие планы внедрение инновационных, информационных технологий, таких как виртуальные выставки, доступ к библиотечным фондам, обмен информацией и др. [Указ Президента РФ 2018]. Для того чтобы выполнить требования Национального проекта, региональным учреждениям культуры предлагается сделать ряд шагов к цифровой трансформации (цифровизации), которая предполагает внедрение цифровых технологий в деятельность музеев, галерей, театров, библиотек и филармоний страны.

Важнейшим этапом цифровизации учреждений культуры является формирование новой коммуникационной модели и использование современного инструментария для ведения рекламной и PR-деятельности. В сфере культуры стали появляться различные информационные методы реализации культурных ценностей и услуг. Во-первых, это обеспечение доступа к новым информационным технологиям тем людям, которые не могут получить их у себя дома. Важную роль здесь играют общедоступные библиотеки при их тесном контакте с общеобразовательными школами. В рамках проекта «Цифровая культура» в 2019 г. в регионе открыты три виртуальных концертных зала, ведется работа по оцифровке изданий, приравненных к книжным памятникам.

И хотя из-за режима самоизоляции и запрета на массовые мероприятия в связи с пандемией учреждения культуры оказались недоступны для посетителей, тем не менее театры предлагали зрителям онлайн-трансляции, а музеи приглашали на свои виртуальные экскурсии. За этот период около пяти миллионов зрителей смогли бесплатно посмотреть лучшие спектакли театров страны благодаря проекту «Большие гастроли — онлайн», когда обычные гастроли стали невозможны. Учреждениями сферы культуры были продемонстрированы новые формы взаимодействия со зрителем и успешно освоены современные технологии. По мнению министра культуры РФ, благодаря новым технологиям и переходу в онлайн-режим культурные проекты стали доступны для всех жителей страны. В частности, начиная с марта 2020 г. федеральными музеями было проведено около 23 тысяч онлайн-мероприятий с посещаемостью более 300 млн человек, что значительно превышает итоги посещаемости музеев офлайн в 2019 г. [Вести 2020]. В целом из-за пандемии и введенных ограничительных мер 2020 год для сферы культуры был весьма непростым, тем не менее в рамках нацпроекта «Культура» доступ к современной инфраструктуре получили около 40 млн россиян (треть из которых проживает в населенных пунктах численностью до 50 тыс. человек).

### Выводы

В условиях обострения глобальной идейно-информационной конкуренции ни одно учреждение не обходится без использования информационных систем и компьютерных технологий, автоматизирующих тот или иной процесс. С развитием информационных систем осуществляется разработка программных продуктов, которые автоматизируют общие учетные задачи для большинства организаций. Результативное управление деятельностью учреждениями образования и культуры в современных условиях возможно только при качественном и глубоком информационно-социологическом обеспечении управления. Оптимизации информационного обеспечения управления деятельностью учреждений социально-культурного профиля в условиях пандемии может способствовать применение современных информационных и коммуникационных технологий.

Информатизация управления социально-культурными учреждениями состоит из множества аспектов, объединяющих всю информационно-коммуникационную деятельность в единую систему. К таким аспектам можно отнести, во-первых, создание организационной и технической поддержки через систему программного обеспечения; во-вторых, развитие единого информационного банка через организацию информационной среды, которая включает в себя единую информационную корпоративную систему взаимосвязанных технических и программах элементов. В конечном итоге, заключительным аспектом

в информатизации управления может стать развитие информационной культуры персонала, включающее использование информационно-коммуникационных технологий подготовленными специалистами.

Эффективность работы учреждений образования и культуры в современных условиях, качество оказываемых ими услуг в значительной степени определяются умением использовать информационные технологии в управлении деятельностью учреждения.

### Список литературы

- Адров 2008 — Адров В. М. Информационные аспекты современной культурной трансформации // *Фундаментальные проблемы культурологии* : в 4 т. Т. 4 : Культурная политика / отв. ред. Д. Л. Спивак. СПб. : Алетейя, 2008. С. 93–97.
- Белл 2004 — Белл Д. Грядущее постиндустриальное общество: опыт социального прогнозирования / пер. с англ. под ред. В. Л. Иноземцева. М. : Academia, 2004. 788 с.
- Вести 2020 — Министр культуры: несмотря на пандемию, отрасль совершила прорыв [Электронный ресурс] // Вести. 29.12.2020. URL: <https://www.vesti.ru/article/2505040> (дата обращения: 29.12.2020).
- Дарендорф 1994 — Дарендорф Р. Элементы теории социального конфликта // *Социологические исследования*. 1994. № 5. С. 142–147.
- Журавлева 2016 — Журавлева И. А. Информационное общество : учеб. пособие. Иркутск : Иркутский государственный университет, 2016. 141 с.
- Зайкина, Шаймухаметова 2015 — Зайкина К. А., Шаймухаметова Л. Н. Информационная культура личности как фактор развития информационного общества // *Фундаментальные и прикладные исследования в современном мире*. 2015. № 9. С. 56–58.
- Зборовский 2013 — Зборовский Г. Е. Знание и образование в социологии: теория и реальность. Екатеринбург : Гуманитарный университет, 2013. 484 с.
- Информационная культура 1998 — Информационная культура // *Культурология. XX век : энциклопедия* : в 2 т. Т. 1. / гл. ред., сост. С. Я. Левит. СПб. : Университетская книга, 1998. С. 269–270.
- Ионин 2007 — Ионин Л. Г. Социология в обществе знаний: от эпохи модерна к информационному обществу. М. : Изд. дом ГУ ВШЭ, 2007. 431 с.
- Каллимулин 2014 — Каллимулин Д. Д. Электронная культура как компонент информационной культуры личности // *Вестник Казанского государственного университета культуры и искусств*. 2014. № 3. С. 27–32.
- ТАСС 2021 — Крупнейший вуз Урала впервые начнет готовить специалистов для «умного» региона онлайн [Электронный ресурс] // ТАСС. 04.03.2021. URL: <https://tass.ru/ural-news/10830563> (дата обращения: 04.03.2021).
- Тоффлер 2009 — Тоффлер Э. Третья волна / пер. с англ. К. Ю. Бурмистрова и др. М. : АСТ : АСТ Москва, 2009. 795 с.
- Турен 1998 — Турен А. Возвращение человека действующего. Очерк социологии / пер. с фр. Е. А. Самарской. М. : Научный мир, 1998. 204 с.
- Указ Президента РФ 2018 — Указ Президента РФ «О национальных целях и стратегических задачах развития Российской Федерации на период до 2024 года» [Электронный ресурс] // Президент России. 07.05.2018. URL: <http://www.kremlin.ru/acts/news/57425> (дата обращения: 04.03.2021).
- Уразова 2010 — Уразова А. В. Информационная культура личности и информационная культура общества в России // *Вестник Ставропольского государственного университета*. 2010. № 6. С. 154–158.

- Уэбстер 2004 — Уэбстер Ф. Теории информационного общества / пер. с англ. М. В. Арапова, Н. В. Малыхиной ; под ред. Е. Л. Вартановой. М. : Аспект Пресс, 2004. 400 с.
- Шафранов-Куцев 2012 — Шафранов-Куцев Г. Ф. Профессиональное образование в условиях современного информационного взрыва // Социология в системе научного управления : материалы IV Всероссийского социологического конгресса. М. : ИС РАН, 2012. С. 1169–1171.

### References

- Adrov, V. M. (2008), “Informational aspects of modern cultural transformation”, in Spivak, D. L. (ed.), *Fundamental'nye problemy kul'turologii, v 4 tomakh. Tom 4, Kul'turnaya politika* [Fundamental problems of cultural studies, in 4 vols. Vol. 4, Cultural Policy], Aleteiya, Saint Petersburg, pp. 93–97 (in Russian).
- Bell, D. (2004), *The coming of post-industrial society: A venture of social forecasting*, translated by Inozemtsev, V. L., Academia, Moscow, 788 p. (in Russian).
- “Culture Minister: industry made a breakthrough despite pandemic” (2020), *Vesti*, 29 December, available at: <https://www.vesti.ru/article/2505040> (accessed 29 December 2020) (in Russian).
- Dahrendorf, R. (1994), “Elemente einer Theorie des sozialen Konflikts”, translated by Stepanenkova, V. M., *Sotsiologicheskie issledovaniya*, no. 5, pp. 142–147 (in Russian).
- “Information culture” (1998), in Levit, S. Ya. (ed.), *Kul'turologiya. XX vek, entsiklopediya, v 2 tomakh. Tom 1* [Culturology. 20th century, encyclopedia, in 2 vols. Vol. 1], Universitetskaya kniga, Saint Petersburg, pp. 269–270 (in Russian).
- Ionin, L. G. (2007), *Sotsiologiya v obshchestve znaniy: ot epokhi moderna k informatsionnomu obshchestvu* [Sociology in the Knowledge Society: from the Modern Era to the Information Society], Higher School of Economics, Moscow, 431 p. (in Russian).
- Kallimulin, D. D. (2014), “Electronic Culture as Component of Information Culture of the Personality”, *Vestnik Kazanskogo gosudarstvennogo universiteta kul'tury i iskusstv*, no. 3, pp. 27–32 (in Russian).
- Shafranov-Kutsev, G. F. (2012), “Professional Education in Information Explosion”, in *Sotsiologiya v sisteme nauchnogo upravleniya, materialy IV Vserossiiskogo sotsiologicheskogo kongressa* [Sociology in the system of scientific management: materials of the 4th All-Russian Sociological Congress], IS RAN, Moscow, pp. 1169–1171 (in Russian).
- “The largest university in the Urals for the first time will begin to train specialists for the ‘smart’ region online” (2021), *TASS*, 04 March, available at: <https://tass.ru/ural-news/10830563> (accessed 04 March 2021) (in Russian).
- Toffler, A. (2009), *The Third Wave: The Classic Study of Tomorrow*, translated by Burmistrov, K. Yu. et al., AST, AST-Moscow, Moscow, 795 p. (in Russian).
- Touraine, A. (1998), *Le retour de L'acteur*, translated by Samarskaya, E. A., Nauchnyi mir, Moscow, 204 p. (in Russian).
- Ukaz Prezidenta RF “O natsional'nykh tselyakh i strategicheskikh zadachakh razvitiya Rossiiskoi Federatsii na period do 2024 goda” [Decree of the President of the Russian Federation “On national goals and strategic objectives of the development of the Russian Federation for the period up to 2024”] (2018), *Prezident Rossii*, 07 May, available at: <http://www.kremlin.ru/acts/news/57425> (accessed 04 March 2021) (in Russian).
- Urazova, A. V. (2010), “Information culture of the individual and information culture of society in Russia”, *Vestnik Stavropol'skogo gosudarstvennogo universiteta*, no. 6, pp. 154–158 (in Russian).
- Webster, F. (2004), *Theories of the information society*, translated by Arapov, M. V., Malykhina, N. V. and Vartanova, E. L. (ed.), Aspekt Press, Moscow, 400 p. (in Russian).
- Zaikina, K. A. and Shaimukhametova, L. N. (2015), “Information Culture of the Person as a Factor of the Information Society”, *Fundamental and Applied Research in the Modern World*, no. 9, pp. 56–58 (in Russian).



- Zborovskii, G. E. (2013), *Znanie i obrazovanie v sotsiologii: teoriya i real'nost'* [Knowledge and Education in Sociology: Theory and Reality], Liberal Arts University — University for Humanities, Yekaterinburg, 484 p. (in Russian).
- Zhuravleva, I. A. (2016), *Informatsionnoe obshchestvo* [Information society], Irkutsk State University, Irkutsk, 141 p. (in Russian).

*Рукопись поступила в редакцию / Received: 4.06.2021*

*Принята к публикации / Accepted: 18.06.2021*

### **Информация об авторах**

Скульмовская Любовь Григорьевна  
доктор социологических наук, профессор  
Тюменский государственный институт  
культуры,  
625003, Тюменская область, Тюмень,  
ул. Республики, д.19  
E-mail: skolimovska@mail.ru  
Авторский ORCID: 0000-0003-3873-7297

Антонова Людмила Юрьевна  
кандидат культурологии  
Тюменский государственный институт  
культуры,  
625003, Тюменская область, Тюмень,  
ул. Республики, д.19  
E-mail: luda-ckd@mail.ru

Кудинова Ольга Сергеевна  
кандидат социологических наук, старший  
преподаватель  
Тюменский государственный университет  
626150, Россия, Тюменская область,  
Тобольск,  
ул. Знаменского, 58  
E-mail: 4kudinovoy@mail.ru

### **Information about authors**

Skulmovskaya, Lubov Grigorevna  
Doc. Sci. (Sociology), Professor  
Tyumen State Institute of Culture  
19 Republic St, Tyumen, Tyumen region,  
625003 Russia  
E-mail: skolimovska@mail.ru  
Author's ORCID: 0000-0003-3873-7297

Antonova, Lyudmila Yur'evna  
Cand. Sci. (Culturology)  
Tyumen State Institute of Culture  
19 Republic St, Tyumen, Tyumen region,  
625003 Russia  
E-mail: luda-ckd@mail.ru

Kudinova, Olga Sergeevna  
Cand. Sci. (Sociology), Senior Lecturer  
Tyumen State University  
58 Znamenskogo St., Tobolsk, Tyumen  
Region, 626150 Russia  
E-mail: 4kudinovoy@mail.ru